

# A Gestão Estratégica na Administração

Rudy de Barros Ahrens  
(Organizador)



Rudy de Barros Ahrens  
(Organizador)

# A GESTÃO ESTRATÉGICA NA ADMINISTRAÇÃO

---

Atena Editora  
2017

2017 by Rudy de Barros Ahrens

Copyright © da Atena Editora

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Edição de Arte e Capa:** Geraldo Alves

**Revisão:** Os autores

### **Conselho Editorial**

Profª Drª Adriana Regina Redivo – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Carlos Javier Mosquera Suárez – Universidad Distrital de Bogotá-Colombia  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª. Drª. Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Profª Drª. Deusilene Souza Vieira Dall'Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª. Drª. Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)</b> <b>(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>
---

G393

A gestão estratégica na administração / Organizador Rudy de Barros Ahrens. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2017.  
402 p. : 5.400 kbytes – (Administração; v. 1)

Formato: PDF

ISBN: 978-85-93243-45-5

DOI: 10.22533/at.ed.45501117

Inclui bibliografia

1. Administração. 2. Planejamento estratégico. I. Ahrens, Rudy de Barros. II. Título. III. Série.

CDD-658.4

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos seus respectivos autores.

2017

Proibida a reprodução parcial ou total desta obra sem autorização da Atena Editora

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

E-mail: [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

## Apresentação

Percebe-se que ao confrontar com o cenário internacional desenhado pelo ambiente organizacional de competitividade e dinâmica quebra de paradigmas, faz-se necessário gerir de forma eficiente os recursos materiais, financeiros e humanos.

Como aponta Eliane de Oliveira “Administrar é usar recursos escassos e torná-los suficientes para atingir um objetivo” , tornar-se competitivo neste cenário é saber gerir os recursos e utilizar de estratégias organizacionais com o intuito de atender a satisfação do cliente com qualidade e preço justo. O referido *ebook*, Volumes I e II, reúne artigos científicos fruto de trabalhos e pesquisas realizadas na área de Administração contando com 47 artigos dividido em: a) Economia, Finanças, Controladoria e Auditoria; b) Educação; c) Inovação, Criatividade e Tecnologia; d) Marketing e Comportamento do Consumidor; e) Gestão de Pessoas; f) Planejamento, Gestão e Empreendedorismo; g) Gestão da Qualidade e h) Gestão de Estoque e Logística.

Desejo desta forma uma profícua leitura!

*Rudy de Barros Ahrens*

## Sumário

<b>Apresentação.....</b>	<b>3</b>
CAPÍTULO I	
A CONTROLADORIA COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DOS PROCESSOS LICITATÓRIOS EM INSTITUIÇÕES FEDERAIS DE ENSINO SUPERIOR	
<i>Antonia Karina Barroso Gouveia Cunha, Jordana Torres Costa e Maxweel Veras Rodrigues.....</i>	<i>8</i>
CAPÍTULO II	
ANÁLISE DINÂMICA DO CAPITAL DE GIRO: ESTUDO DE CASOS DO SETOR DE SANEAMENTO	
<i>Pedro Cláudio da Silva, Alessandro Toaldo, Antônio Moreira Franco Júnior e Márcia Santos Cursino .....</i>	<i>24</i>
CAPÍTULO III	
ANÁLISE DO VALOR E DA VARIAÇÃO DO PREÇO DA CESTA BÁSICA DE ALIMENTOS NA CIDADE DE JACAREÍ: UM ESTUDO QUANTITATIVO DE PAINEL DE RESPONDENTES VAREJISTAS	
<i>Tais Mine, Isabella Gil Barbosa da Silva, Marcus Rei e Eduardo de Paula e Silva Chaves.....</i>	<i>41</i>
CAPÍTULO IV	
INTEGRAÇÃO ESPACIAL ENTRE OS PREÇOS DAS CESTAS BÁSICAS DA REGIÃO NORDESTE DO BRASIL	
<i>Kaliny Kélvia Pessoa Siqueira Lima e Kilmer Coelho Campos .....</i>	<i>57</i>
CAPÍTULO V	
O PAPEL DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO NA MELHORIA DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL	
<i>Hugo Leonardo Menezes de Carvalho .....</i>	<i>76</i>
CAPÍTULO VI	
PRODUTOS DETERMINANTES NA COMPOSIÇÃO DO PREÇO DA CESTA BÁSICA DE JACAREÍ- SP: UMA ANÁLISE EM SÉRIES TEMPORAIS DE 2015 E 2016	
<i>Léia Luanda da Silva e Eduardo de Paula e Silva Chaves .....</i>	<i>93</i>
CAPÍTULO VII	
UM ESTUDO COMPARATIVO DOS CUSTOS ENTRE A FROTA PRÓPRIA E TERCERIZADA EM UMA EMPRESA DE FABRICAÇÃO DE MÓVEIS	
<i>Geneci da Silva Ribeiro Rocha, Deise de Oliveira Alves, Cleiton Winicius Wionczek Terra, Tatiane Tonello e Paloma de Mattos Fagundes .....</i>	<i>105</i>

## CAPÍTULO VIII

### COMPARAÇÃO DOS CUSTOS DAS AUSÊNCIAS DE PROFESSORES COM O CUSTO DA PREVENÇÃO DE AUSÊNCIAS EM UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA DE ENSINO MÉDIO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

*Eliane Rodrigues do Carmo , Sandra M. Coltre, Dione O. Soutes e Reinaldo Cândido da Silva.....119*

## CAPÍTULO IX

### ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DE GESTÃO PRÓPRIA DO REFEITÓRIO DA BRFBURITI ALEGRENO ESTADO DE GOIÁS

Thais Furtado Mendes, Regis Ribeiro Juvenal e Lucivone Maria Peres de Castelo Branco ..... 138

## CAPÍTULO X

### ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA PARA A REESTRUTURAÇÃO DE UMA EMPRESA DE SERVIÇOS

*Camila Chaves Frasão, Anne Isabelly Pereira das Neves e Daysan Fritzgirard Kamikase Leal Medeiros .....154*

## CAPÍTULO XI

### UMA ANÁLISE DOS EFEITOS NA QUALIDADE DO ENSINO APÓS A MUNICIPALIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO NA CIDADE DE SOBRAL

*Ana Laís Carvalho de Sousa, Antônio Célio Lopes Bezerra Filho, Dynasandy Gomes do Nascimento, Tatianny Keile Muniz Dias e Fiama Cecília Silvino Sampaio.....171*

## CAPÍTULO XII

### PLANO DIRETOR: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ DO EGITO – PE

*Felipe Henrique Machado da Silva, Francisco Jean Carlos de Souza Sampaio, Sandra de Souza Paiva Holanda, Sidnéia Maia de Oliveira Rego e Alexandre Wallace Ramos Pereira .....188*

## CAPÍTULO XIII

### A INOVAÇÃO E O EMPREENDEDORISMO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

*Haroldo Lacerda de Brito e Gardênia Staell Andrade.....203*

## CAPÍTULO XIV

### A PERCEPÇÃO DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA AESGA SOBRE O ENSINO DE CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

*Gustavo de Lira Santos, Amanda Moraes da Silva , Guilherme Henrique Santos, Jéssica Martins Gama e Tulio Rodrigues Valença .....215*

## CAPÍTULO XV

ANÁLISE COMPARATIVA DOS OBJETIVOS DE ARTIGOS QUE TRATAM CONJUNTAMENTE DE TECNOLOGIA E AGRONEGÓCIO PUBLICADOS NOS EVENTOS DA ANPAD DE 2005 A 2015

*Ana Clara Cavalcanti de Miranda, Alessandra Carla Ceolin, Victor Monfort Pereira Câmara, José Eduardo de Melo Barros e Alexandre de Melo Abicht* .....232

## CAPÍTULO XVI

CAPACIDADE DINÂMICA TECNOLÓGICA DE UMA UNIVERSIDADE COMO FONTE DE DESEMPENHO ACADÊMICO

*Elvis Silveira-Martins, Deosir Flávio Lobo de Castro Júnior, Márcio Nakayama Miura, Marcelo Augusto Deluca e Maurício Fernandes Pereira* .....247

## CAPÍTULO XVII

Inovação no setor público: A importância e a oferta de capacitação dos gestores em áreas que promovam a atividade inovadora

*Sylvia Bitencourt Valle Marques, Vanessa Ishikawa Rasoto e Leslie de Oliveira Bocchino* .....265

## CAPÍTULO XVIII

O MUNDO ORGANIZACIONAL VISITA A SALA DE AULA: O USO DE TECNOLOGIAS NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

*Luana Vitória Carvalho Pereira, Antônio Oscar Santos Góes, Alfredo Dib Abdul Nour e Expedito dos Santos Santana* .....279

## CAPÍTULO XIX

APLICAÇÃO DO NET PROMOTER SCORE (NPS) COMO FORMA DE MENSURAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DE UMA CASA CERVEJEIRA EM ILHÉUS

*Mayesk Alves Rocha, Daniela Nunes dos Santos Ferreiras e Antônio Oscar Santos Góes* .....294

## CAPÍTULO XX

BRANDING PROCESS APPLIED IN A TECHNOLOGICAL PARKS NETWORK

*João Dallamuta, Franciele Bonatto, Adriano Martins de Souza, André Luiz Soares e Fabiano Palhares Galão*.....305

## CAPÍTULO XXI

PRECIFICAÇÃO DE IMÓVEIS E SEUS ELEMENTOS AGREGADORES DE VALOR SOB A VISÃO DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE DO MERCADO IMOBILIÁRIO DE JOÃO PESSOA - PB

*Suellen Ferreira Campos Fabres, Pierre Lucena Raboni, Karen de Lucena Cavalcanti e Rafael Gomes Cavalcanti*.....329

CAPÍTULO XXII

DESERÇÃO OU LEALDADE COMO CONSEQUÊNCIA DAS FALHAS DE SERVIÇOS EM EMPRESAS DE VAREJO

*Fernando José Machado, Barbosa de Melo, Humberto Caetano Cardoso da Silva, Marcus Augusto Vasconcelos, Patrícia Carneiro Lins Novaes e Viviane Cau Amaral.....316*

CAPÍTULO XXIII

TEORIA DAS FILAS: UM OLHAR NO SETOR DE SUPERMERCADOS

*Tiago Galdino Borges da Silva , Vitor Hugo Nepomuceno Silva e Carlos Rodrigues da Silva .....345*

CAPÍTULO XXIV

UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE O ENSINO DA CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO EM GARANHUNS-PE

*Gustavo de Lira Santos, Virginia Spinassé de Melo, Abdon Cordeiro de Lima Neto e Vanessa Matias Ferreira.....360*

CAPÍTULO XXV

CULTURA ORGANIZACIONAL E GESTÃO NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO

*Paula Ramos de Almeida e Virginia Spinassé de Melo.....374*

**Sobre o organizador.....389**

**Sobre os autores.....390**



## **CAPÍTULO XXI**

### **DESERÇÃO OU LEALDADE COMO CONSEQUÊNCIA DAS FALHAS DE SERVIÇOS EM EMPRESAS DE VAREJO**

---

**Fernando José Machado Barbosa de Melo  
Humberto Caetano Cardoso da Silva  
Marcus Augusto Vasconcelos  
Patrícia Carneiro Lins Novaes  
Viviane Cau Amaral**

## DESERÇÃO OU LEALDADE COMO CONSEQUÊNCIA DAS FALHAS DE SERVIÇOS EM EMPRESAS DE VAREJO

**Fernando José Machado Barbosa de Melo**

Faculdade Boa Viagem - FBV/DeVry

Recife - PE

**Humberto Caetano Cardoso da Silva**

Faculdade Boa Viagem - FBV/DeVry

Recife - PE

**Marcus Augusto Vasconcelos**

Faculdade Boa Viagem - FBV/DeVry

Recife - PE

**Patrícia Carneiro Lins Novaes**

Faculdade Boa Viagem - FBV/DeVry

Recife - PE

**Viviane Cau Amaral**

Faculdade Boa Viagem - FBV/DeVry

Recife - PE

**RESUMO:** O serviço de varejo, a falha, o tratamento de reclamação e as percepções e práticas comportamentais diversas, decorrentes da relação entre clientes e fornecedores, compõem conjunto de desafios de integração do conhecimento na atualidade em serviço. Pensar os diversos assuntos conjuntamente, de forma integrada e aderente ao reconhecimento científico, se constitui o propósito deste ensaio teórico. A partir de estudo que investiga a influência da Justiça nos processos de recuperação de falha no varejo foram desenvolvidas proposições teóricas e identificadas categorias de antecedentes de lealdade em situação de falha que complementam grupos de antecedentes de lealdade de forma mais abrangente e sistêmica, admitindo o ambiente cultural e o movimento da prestação de serviço como parte geradora de insumos para a construção do entendimento do fenômeno falha de serviço e suas soluções gerenciais possíveis, com vistas a recompra de forma sistemática e à manutenção do que denominamos, em ensaio, de Ciclo Virtuoso do Serviço.

**PALAVRAS-CHAVE:** Falhas, Tratamento de Reclamação, Recuperação de Serviço, Percepção de Justiça, Antecedentes de Lealdade, Recompra.

### 1. INTRODUÇÃO

Estudar o serviço de varejo, a falha, o tratamento de reclamação e as percepções e práticas comportamentais diversas de clientes e fornecedores, decorrentes dessa relação, de forma integrada, é um grande desafio na atualidade. Daí, construir possibilidades outras de variáveis antecedentes à lealdade dos

consumidores, além das validadas por Silva e Lopes (2014), em estudo que investiga a influência da justiça nos processos de recuperação de falha no varejo, num ambiente de serviço, compõe esse desafio, pois o próprio trabalho dos autores já é denso o suficiente para caber em si. Propomos aprofundar com esse ensaio o entendimento do que poderíamos chamar de uma espécie de Ciclo Virtuoso do Serviço, que tem a situação de falha de serviço como real, inevitável, porém gerenciável, inclusive em situações de desvios duplos (DIAZ et. al., 2009).

A partir do mergulhar no estudo da percepção dos consumidores em situação de recuperação de falha de serviço, tendo a justiça percebida, em sua tridimensionalidade, bem como a satisfação; a qualidade percebida; a confiança; o valor percebido; o custo de mudança e categorias próprias da lealdade como antecedentes da lealdade, este ensaio extrapola a dimensão objetiva de falha de serviço e o complementa com outras dimensões de forte conotação subjetiva, enriquecendo o assunto. O objetivo deste ensaio é provocar o leitor para pensar a situação de falha de serviço e os antecedentes de lealdade como parte de um todo do serviço, que guarda relações entre si, num sistema complexo que extrapola a situação da falha ou sua gestão especificamente. Novas proposições teóricas e campos de prospecção são aventados no contexto do ensaio, trazendo a dimensão de movimento e ambiente de serviço como parte integrante do problema a ser resolvido gerencialmente, numa complexidade que se apresenta desafiadora para uma gestão de serviço com foco na lealdade do cliente.

## **2. ESTUDO QUE INVESTIGA A INFLUÊNCIA DA JUSTIÇA NOS PROCESSO DE RECUPERAÇÃO DE FALHA NO VAREJO**

Os autores Silva e Lopes (2014), no artigo objeto de estudo deste ensaio, buscaram identificar o papel da justiça percebida, em sua constituição tridimensional, nos antecedentes da lealdade em um cenário de recuperação de falhas de serviço. No estudo empírico, realizado em corte transversal, os autores adotaram um “*survey*” quantitativo descritivo junto a 604 consumidores que constam em um banco de dados de um grande varejista brasileiro. Foi utilizada a modelagem de equações estruturais e identificados os relacionamentos entre a justiça e a satisfação ( $r^2 = 0,61$ ), a qualidade percebida ( $r^2 = 0,47$ ) e a confiança ( $r^2 = 0,55$ ) e identificado como estes construtos se relacionam com a lealdade ( $r^2 = 0,70$ ) após a recuperação da falha.

Para os autores, fundamentados em Jones & Sasser (1995), apenas a qualidade dos produtos ou seus serviços não é suficiente para manter ou ampliar uma posição estratégica de mercado. Observam, mediante fundamentação em Garbarino & Johnson (1999), que há preocupação dos gestores das organizações em transformar as operações transacionais em intenções mais relacionais com o seus consumidores, atribuindo, conforme Blodgett, Hill & Tax (1997), grande parte do sucesso dos negócios a habilidade de manter seus clientes atuais satisfeitos e, assim, leais aos seus processos comerciais.

Inspirados em Tax e Brown & Chandrashekar (1998) os autores entendem que uma das formas de enaltecer o relacionamento com os consumidores é demonstrada por meio dos investimentos que as organizações realizam buscando a excelência em seus processos comerciais e, em especial, nos processos de recuperação de suas falhas de serviço, sendo que este último é tido como um fator importante de diferenciação e manutenção da lealdade de seus consumidores. Afirmam em seu artigo que segundo Blodgett et al. (1997) e Tax et al. (1998) o construto justiça afeta a percepção dos consumidores a partir das dimensões justiça distributiva, justiça processual e justiça interpessoal.

Ainda de acordo com Silva e Lopes (2014) já há alguns estudos sobre a percepção de justiça nos processos de recuperação de falhas e, no Brasil, a principal abordagem sobre o tema está sintetizada nos estudos realizados por Santos e Fernandes (2007). Esses ressaltam haver como lacuna a falta de análise conjunta de um maior composto de antecedentes da lealdade e a ausência da aplicação do modelo em ambientes comerciais altamente concorrenciais, que apresentem barreiras de saída mais baixas. Com esse cabedal os autores apresentam um modelo mais robusto de investigação que utiliza uma maior quantidade de variáveis antecedentes à lealdade dos consumidores, razão pela qual nos detivemos em dar visibilidade e ousar complementar.

Para Silva e Lopes (2014) várias propostas de relacionamento mais refinado com os consumidores desencadearam o desenvolvimento de diversas ações voltadas para o processo de recuperação de falhas. Inspirados em Parvatiyar & Sheth (2000) assumiram que múltiplas operações resultaram na criação de diferentes serviços que foram desenvolvidos e implantados pelas empresas. Fundamentados em Tax et al. (1998) afirmam que a inevitável ocorrência de falhas em serviços propiciou a criação de processos de recuperação, independente se tais serviços são direcionados ou não aos processos de fidelização dos consumidores.

O entendimento dos autores, adotando como referência Berry e Parasuraman (1991); Tax, Brown e Chandrashekar (1998), é que devido às características de intangibilidade dos serviços, pela existência de certa interdependência operacional e pelo excessivo contato entre clientes e funcionários; o momento do gerenciamento da reclamação pode ser traduzido como o “momento crítico da verdade” na manutenção e desenvolvimento de um relacionamento em longo prazo, resultando em um fator decisivo para a manutenção de posições estratégicas em muitos setores do negócio.

Ainda focado na recuperação de falhas Silva e Lopes (2014) reforçam que, segundo Blodgett, Wakefield e Barnes (1995), varejistas e prestadores de serviço devem entender as respostas aos reclamantes como uma oportunidade de solidificar e fortalecer o relacionamento com seus clientes. A pesquisa dos autores estudados se pautou em entender a percepção dos consumidores sobre os tipos de justiça presentes nos resultados recebidos de suas indicações de falhas sofridas nas relações de troca com um varejista nacional e na influência dessa percepção nos antecedentes de lealdade. Teve como objetivo principal identificar e responder sobre qual a influencia da justiça nos antecedentes da lealdade dos consumidores após

um processo de recuperação de falhas no varejo.

Foram formuladas a seguintes hipóteses submetidas à validação:

Quadro 1 – Hipóteses

Hipótese	Enunciado
H1a	Existe relação positiva entre a justiça distributiva e a satisfação do consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H1b	Existe relação positiva entre a justiça distributiva e a qualidade percebida pelo consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H1c	Existe relação positiva entre a justiça distributiva e a confiança do consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H2a	Existe relação positiva entre a justiça processual e a satisfação do consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H2b	Existe relação positiva entre a justiça processual e a qualidade percebida pelo consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H2c	Existe relação positiva entre a justiça processual e a confiança do consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H3a	Existe relação positiva entre a justiça interpessoal e a satisfação do consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H3b	Existe relação positiva entre a justiça interpessoal e a qualidade percebida pelo consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H3c	Existe relação positiva entre a justiça interpessoal e a confiança do consumidor, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H4	A satisfação do consumidor se relaciona positivamente com a lealdade ao varejista, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H5	A qualidade percebida pelo consumidor se relaciona positivamente com a lealdade ao varejista, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H6	A confiança dos consumidores se relaciona positivamente com a lealdade ao varejista, em uma situação de recuperação de falha no varejo
H7	Em uma situação de recuperação de falha no varejo, quanto maior for o valor percebido, maior será a lealdade do consumidor
H8	Em uma situação de recuperação de falha no varejo, quanto maior for o custo de mudança, maior será a lealdade do consumidor
H9	Em uma situação de recuperação de falha no varejo existe relação positiva entre as atitudes dos consumidores e a lealdade com o fornecedor de serviços
H10	Em uma situação de recuperação de falha no varejo existe relação positiva entre o comportamento dos consumidores e a lealdade com o fornecedor de serviços

Fonte: Adaptado de Silva e Lopes (2014)

O artigo de Silva e Lopes (2014) aponta para uma leitura de que os resultados encontrados no seu teste das hipóteses possibilitam a afirmação que o modelo

teórico proposto fora robusto para o fim a que se propôs. Assumem que a análise dos caminhos e a confirmação ou não de suporte às hipóteses testadas tornaram viável identificar as relações sugeridas no estudo, como a percepção dos diversos julgamentos da justiça pelos consumidores reclamantes e a identificação específica da influência da Percepção da Justiça na Satisfação, na Qualidade Percebida e na Confiança. Apontam ainda que a relação entre a Justiça, em sua composição tridimensional, e os antecedentes da Lealdade foi identificada.

### 3. DISCUSSÃO E PROPOSIÇÕES TEÓRICAS

É de extrema relevância, nesta fase do ensaio, estabelecer um liame entre os conceitos iniciais, o que foi desenvolvido pelos autores Silva e Lopes (2014) e o vir a ser preconizado por Meneghetti (2011). Pensar outras variáveis como antecedentes da lealdade numa situação de falha de serviços, nesse contexto, impõe observar o que é percepção ao se reportar à construção do olhar:

“... só podemos perceber formas, ou ordenações que sejam delimitadas. O que não conseguimos delimitar, nem conseguimos perceber. Assim, em qualquer área do conhecimento, a compreensão depende da noção de limites – percebemos a partir de limites que se estabelecem no ato da percepção. Temos que aceitá-lo como um espaço fundamental de nosso próprio ser. [...] só assim podemos conceituar o que sejam as várias unidades, as partes e as totalidades com que lidamos em nossa experiência: reconhecendo os significados das delimitações presentes, ou dando novos significados a novas possíveis delimitações.” (NOVAES et al., 1988, P. 174)

Os autores Silva e Lopes (2014), qualificando o estudo como complexo, nos projeta epistemologicamente a pensar sobre a complexidade do tema e, por decorrência, dada a necessidade de validade da argumentação, ao princípio de complementaridade de Niels Bohr, onde:

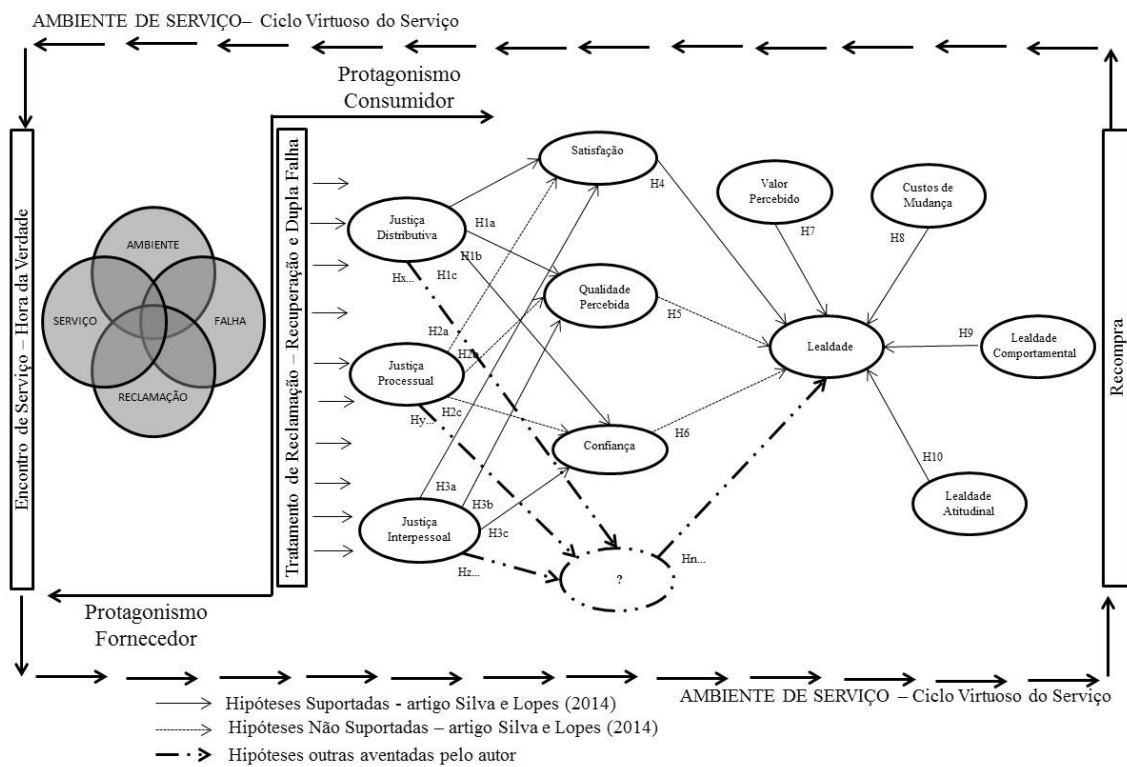
“as provas obtidas em condições experimentais distintas não podem ser contidas num esquema único, mas devem ser consideradas complementares no sentido de que apenas a totalidade dos fenômenos exaure a informação possível sobre o objeto” (STRATHERN; PAUL, 1999, P. 75)

Interpretando o discurso podemos deduzir que não pode existir um único esquema geral e que podemos utilizar um conjunto de esquemas complementares para cobrir o mesmo campo. Esse pensar nos possibilita extrapolar o entendimento sobre o ambiente de falha para o ambiente de serviço com suas interações objetivas e subjetivas entre o consumidor e o fornecedor numa atmosfera de prestação de serviços a partir dos seus movimentos próprios. Sendo assim, o tratamento da reclamação se constitui apenas um eixo importante para separar a insatisfação e a satisfação, o que nos remete a uma forma de gerenciar o processo de falha de serviço com uma visão para além da ocorrência e reparação da falha em si e de suas

percepções decorrentes, com impacto na lealdade.

É fato da relação comercial que essas interações entre as partes podem ocorrer com frequência e intensidade em diversos momentos diferentes do que o que confere a inevitável ocorrência de falhas, com impacto positivo ou negativo na lealdade do consumidor. A Figura 1 ilustra bem o ambiente de complexidade a observar:

Figura 1 – Modelo conceitual proposto – ciclo virtuoso do serviço.



Fonte: Elaborado pelo autor

O ambiente de serviço entre clientes e consumidores e seus protagonismos decorrentes é construído a partir da intensidade e frequência com que diversos encontros de serviços e horas da verdade se estabelecem, incluído as compras e recompras. Uma falha de serviço, cuja reclamação não é recuperada ou recuperada de forma insatisfatória põe em risco o Ciclo Virtuoso do Serviço pela insatisfação do cliente e seus comportamentos decorrentes. Mais ainda, uma falha reclamada sem nenhuma ação de recuperação oferecida, em uma relação com alto grau de relacionamento, ou seja: intensa e com frequência, faz com que os consumidores, se sintam traídos (GRÉGOIRE et al. 2009), podendo surgir daí a gênese do desejo de vingança (GRÉGORIE; FISHER, 2006). Desejo de vingança esse de onde redundam intensões de deserção e retaliação (ALBUQUERQUE et al., 2010, p.2) que, mitigadas fenomenologicamente, a partir de atitudes de recuperação de falha por parte do fornecedor, fazem surgir antecedentes de lealdade, com relações entre as partes, a serem validadas empiricamente no tempo e no espaço.

$P_a$  = A intensão de deserção exerce um impacto positivo na lealdade com o



esforço de recuperação de falha por parte do fornecedor.

$P_b$  = A intensão de retaliação exerce um impacto positivo na lealdade com o esforço de recuperação de falha por parte do fornecedor.

Não seria razoável inferir, sem se valer do conforto da pesquisa empírica, que  $P_a$  e  $P_b$  seriam suportadas sem considerar a priori antecedentes com potencial de mediar a relação entre as intenções de deserção e retaliação, e a lealdade, dada a condição extrema de insatisfação. Nesse sentido o comportamento do fornecedor e o sentimento do consumidor são fundamentais e há uma lacuna considerável de estudos, dada à premissa de que a insatisfação consolidada nos remete, conforme estudos anteriores, a custos altos de recuperação de clientes. Com isso somos desafiados a entender como o relacionamento entre cliente e fornecedor pode mediar as intenções de deserção e retaliação, e a lealdade.

Adentrando no campo das emoções existem evidências que sugerem que reações emocionais associadas às experiências de consumo podem ter um impacto significativo nas avaliações dos consumidores. As emoções são reconhecidas como sendo relevantes na compreensão dos consumidores através de diversas perspectivas diferentes, mas, surpreendentemente, elas ainda têm recebido pouca atenção em trabalhos relacionados a falhas e sua recuperação (SCHOEFER; ENNEW, 2005). Como numa situação de falha de serviço ou em qualquer outra circunstância da relação entre as partes não se sabe se o desempenho de produtos ou serviços impacta no desempenho de vendedores ou vice e versa (WIDMIER et al. 2002). Daí é importante aferir se esse cuidado na relação, que passa inclusive pela capacitação dos funcionários tornando-os habilidosos em estabelecer empatias, pode determinar o sentimento de emoções positivas no consumidor, impactando positivamente na lealdade, mesmo numa situação de falha de serviços.

$P_c$  = A empatia edificada na relação de serviço exerce um impacto positivo na mediação entre a intenção de deserção e lealdade numa situação de falha de serviço.

$P_d$  = A empatia edificada na relação de serviço exerce um impacto positivo na mediação entre a intenção de retaliação e lealdade numa situação de falha de serviço.

Em que pese o exercício de proposições teóricas acima e, como já assumido anteriormente, uma das formas de enaltecer o relacionamento com os consumidores é demonstrada por meio dos investimentos que as organizações realizam buscando a excelência em seus processos comerciais, em especial nos processos de relacionamento interpessoal e recuperação de suas falhas de serviço, este último tido até então como um fator importante de diferenciação e manutenção da lealdade de seus consumidores (TAX, BROWN & CHANDRASHEKARAN, 1998). Como já é sabido há uma lacuna de falta de análise conjunta de um maior composto de antecedentes da lealdade e a ausência da aplicação do modelo em ambientes comerciais altamente concorrenciais, que apresentem barreiras de saída mais baixas (SILVA e LOPES, 2014). Esses antecedentes, como por exemplo, a capacitação, cuidado, tempestividade, atenção, empenho, etc., tendo a justiça percebida e sua tridimensionalidade como categoria ou outra a aferir sua força numa

situação de recuperação de falha de serviço, podem mediar várias relações com a lealdade que podem ser consideradas em estudos futuros, pois uma série de influências contextuais moderam essas relações requerendo refinamentos nas análises dos processos de recuperação de serviço (MAGNINI et al., 2007), impactando no sentimento de lealdade do cliente.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As falhas na prestação de serviço aumentam o risco de perda do cliente, não obstante, uma recuperação de serviço adequada possa fomentar a retenção do cliente e, portanto, evitar sua perda (MATOS et al., 2007). A teoria do paradoxo de uma recuperação de serviço afirma que a satisfação do cliente diante de um processo de falha e recuperação pode ser inclusive superior a sua satisfação prévia antes da falha. (NEIRA et al., 2009). Depois de uma falha na prestação do serviço o cliente pode ou não reclamar, no caso de não reclamação pode decidir abandonar a relação; enquanto que no caso de reclamação oferece à empresa a possibilidade de solucionar o problema e também pode abandonar a relação, a depender da recuperação de serviço oferecida (NEIRA et al., 2009).

Como afirma DIAZ et al. (2009), em seu artigo explorando o comportamento de satisfação do consumidor em serviços bancários, como erros e inconvenientes em serviços não podem ser completamente evitados as empresas estão buscando maior qualidade nos serviços e, em consequência, maior lealdade dos clientes. Então, a resposta efetiva às reclamações de clientes, tornou-se muito importante e a recuperação de uma falha de serviço com sucesso pode ser a diferença entre a retenção e a deserção. Dessa forma o tratamento de reclamação de uma forma gerenciável com uma visão além da ocorrência e reparação da falha em si é essencial.

Portanto, pensar sistemicamente soluções de serviço, falha e tratamento de reclamação, bem como conhecer as percepções e práticas comportamentais diversas decorrentes, de clientes e fornecedores, é muito importante para qualquer serviço, pois garante aderência ao fenômeno recompra. Identificar a relação entre a justiça, em sua composição de tridimensionalidade, e os antecedentes de lealdade torna-se um caminho crítico para essa garantia numa situação de falha de serviços, podendo essa ser extrapolada em condições de se identificar novos determinantes de lealdade. Essas relações e outras potencialmente identificadas conferem poder ao fornecedor de intervir na forma de mitigar ou até evitar os efeitos negativos da falta de lealdade do consumidor conferindo resultados positivos para o negócio.

Não obstante a esse entendimento, superar a forma de gerenciar o processo de falha de serviço com uma visão para além da ocorrência e reparação da falha em si, bem como de suas percepções decorrentes, com impacto na lealdade, se constitui um desafio também a ser superado considerando a subjetividade imanente das relações interpessoais e as diversas interações que compõem a dinâmica do serviço. Quanto mais construtos desenvolvidos e quanto mais hipóteses suportadas em

pesquisa forem criadas nesse sentido mais próximo estaremos da excelência do praticar o Ciclo Virtuoso do Serviço. Para isso é essencial mergulhar no entendimento dos movimentos e do comportamento e atitudes das partes que compõem a relação, clientes e fornecedores, estes, tanto do pessoal da linha de frente como dos bastidores e demais membros que fazem o ambiente de serviço de varejo, o que confere, mediante intervenções gerenciais para a retenção do cliente, incluindo capacitação de pessoal com vistas a uma boa interação, condições do fornecedor se manter no mercado, se beneficiando de recompras sistemáticas.

Tudo isso necessita ser exaustivamente testado empiricamente salvaguardando o tripé confiabilidade, consistência interna e validação, com vistas ao reconhecimento pela comunidade acadêmica.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, F. M. F.; PEREIRA, R. C. F.; BELLINI, C. G. P. Do Repertório de comportamentos anticonsumo: retaliação e vingança no ciberespaço. In: **ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD (EMA)**, 4., 2010, Florianópolis (SC). **Anais**. Florianópolis: ANPAD, 2010.

BERRY, L.; PARASURAMAN, A. Marketing services: competing through quality. **New York, NY: The Free Press, 1991.**

BLODGETT, J. G.; WAKEFIELD, K. L.; BARNES, J. H. The effects of customer service on consumer complaining behavior. **The Journal of Services Marketing**, Santa Barbara, v. 9, n. 4, p. 12, 1995.

BLODGETT, J. G.; HILL, D. J.; TAX, S. S. The effects of distributive, procedural, and interactional justice on postcomplaint behavior, **J. Retailing**, v. 73, n.2, 185-210, 1997.

CASADO-DIAZ, A. B.; NICOLAU-GONZALBEZ, J. L. Explaining consumer complaining behaviour in double deviation scenarios: the banking services. **Service Industries Journal**, v. 29, n. 12, p. 1659-1668, December, 2009.

GARBARINO, E.; JOHNSON, M. The different roles of satisfaction, trust and commitment for relational and transactional consumers. **J. Marketing**, v. 63, 1999.

GRÉGORIE, Y.; FISHER, R. J. Effects of relationship quality on customer retaliation, **Market Lett**, v. 17, p. 31-46, 2006.

GRÉGORIE, Y.; TRIPP, T. M.; LEGOUX, R. When customer love turns into lasting hate: the effects of relationship strength and time on customer revenge and avoidance. **Journal of Marketing**, v. 73, p. 18-32, 2009.

JONES, T.; SASSER, W. Why satisfied customers defect. **Harvard Business Review**, v.

73, n. 6, p. 88-99, 1995.

MAGNINI, V. P.; FORD, J.B., MARKOWSKI, E. P.; HONEYCUTT, E. D., Jr. The service recovery paradox: justifiable theory or smoldering myth? **Journal Service Marketing**, v. 21, n. 3, p. 213-225, 2007.

MATOS, C. A. De.; FERNANDES, D. V. Der H.; LEIS, P. R.; TREZ, G. A cross-cultural investigation of customer reactions to service failure and recovery. **Journal of International Consumer Marketing**, v. 23, p. 211-228, 2011.

MENEGHETTI, F. K. O que é um ensaio-teórico? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15 n. 2, Março-Abril, 2011.

NEIRA, C.V.; CASIELLES, R. V.; ARGÜELLES, V. I. Comportamiento de abandono de la relación de um cliente com la empresa em un contexto de fallo y recuperación del servicio. **Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa**, n. 40, Septiembre, 2009.

NOVAES, A. O Olhar. In: OSTROWER, F. (Org). **A Construção do Olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988. p. 174

PARVATIYAR, A.; SHETH, J. The domain and conceptual foundations of relationship marketing. In: J. Sheth, & A. Parvatiyar, **Handbook of Relationship Marketing**, Thousand OAKS, Sage, 2000.

SANTOS, C. P.; FERNANDES, D. V. D. H. A recuperação de serviços e seu efeito na confiança e lealdade do cliente. **RAC-E**, v. 1, n. 3, Art. 3, set-dez, 2007.

SCHOEFER, K.; ENNEW, C. The impact of perceived justice on consumer's emotional responses to service complaint experiences. **Journal of Services Marketing**, v. 19, n. 5, 2005.

SILVA, M. A. da; LOPES, E. L. A influência da justiça nos processos de recuperação de falhas no varejo, **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, art. 3, p. 37-58, jan-fev, 2014.

STRATHERN, P. Bohr e a teoria quântica em 90 minutos, Rio de Janeiro, Zahar, 1999.

TAX, S. S.; BROWN, S. W.; CHANDRASHEKARAN, M. Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing. **Journal of Marketing**, v. 62, n.2, p. 60-76, 1998.

WIDMIER, S.; JR. D. W. J. Examining the effects of service failure, customer compensation, and fault on customer satisfaction with salespeople. **Journal of Marketing Theory and Practice**. p. 63-74, Winter, 2002.

**ABSTRACT:** The retail service, the fail, the complaint dealing and the diverse behavioral perceptions and praxis due to the relationship between clients and

providers currently make up half of integration challenges of knowledge in service. Thinking jointly the several subjects, in an integrated and coherent way to the scientific acknowledgement constitutes the goal of this theoretical essay. Based on a study investigating the influence of justice in retail fail recovery processes, theoretical propositions were developed and categories of loyalty antecedents in fail situations complementing groups of loyalty antecedents in a broader and systemic way were identified, admitting the cultural environment and the movement of the service rendering as a generator part of inputs for building comprehension on the service fail phenomenon and its possible managerial solutions, bearing in mind the systematic repurchase and the maintenance of what we title in the essay the “ Service Virtuos Cycle”.

**KEYWORDS:** Fails, Complaint Dealing, Service Recovery, Justice Perception, Loyalty Antecedents, Repurchase.

## Sobre o organizador

**RUDY DE BARROS AHRENS** Doutorando em Engenharia da Produção com linha de pesquisa em QV e QVT, Mestre em Engenharia de Produção pela UTFPR com linha de pesquisa em QV e QVT, mestre em Administração Estratégica com linha de pesquisa em máquinas agrícolas pela UNAM - Universidade Nacional de Misiones - Argentina , Revalidado pela UNB- Universidade de Brasília em 2013, especialização em Comportamento Organizacional pela Faculdade União e 3G Consultoria e graduado em Administração com ênfase análise de sistemas pelo Centro Universitário Campos de Andrade (2004). Atualmente é coordenador do curso de graduação em Administração e do curso de Pós- Graduação/MBA em Gestão Estratégica de Pessoas pela Faculdade Sagrada Família – FASF.

## Sobre os autores

**ABDON CORDEIRO DE LIMA NETO** Graduando em Administração pela Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns (FAGA) e pesquisadora do Laboratório de Pesquisa ADM em FLOW - [abdon.netto@hotmail.com](mailto:abdon.netto@hotmail.com)

**ADRIANO MARTINS DE SOUZA** Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Câmpus Guarapuava; Graduação em Ciências Econômicas pela Faculdade Estadual de Ciências e Letras de Campo Mourão - FECILCAM; Mestrado em Economia Regional pela Universidade Estadual de Londrina - UEL; E-mail para contato: [adrianosouza@utfpr.edu.br](mailto:adrianosouza@utfpr.edu.br)

**ALESSANDRA CARLA CEOLIN** Professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Controladoria da Universidade Federal Rural de Pernambuco; Graduação em Ciência da Computação pela Universidade de Passo Fundo e em Administração pela Universidade Católica de Brasília; Mestrado em Ciência da Computação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Doutorado em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Pós-Doutorado em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; E-mail para contato: [alessandra.acc@gmail.com](mailto:alessandra.acc@gmail.com)

**ALEXANDRE DE MELO ABICHT** Consultor empresarial junto ao SEBRAE-RS. Coordenador do Curso de Administração e de Gestão Comercial da Faculdade CNEC Gravataí e Professor da Faculdade Dom Bosco de Porto Alegre; Doutorando em Design - PG-Design pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Mestre em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Graduado em Administração de Empresas pela ULBRA-SM. E-mail para contato: [alex.abicht@gmail.com](mailto:alex.abicht@gmail.com)

**ALEXANDRE WÁLLACE RAMOS PEREIRA** Graduação em Administração de Empresas. Universidade Estadual da Paraíba, UEPB, Brasil. Especialização em Gestão e Análise Ambiental. Universidade Estadual da Paraíba, UEPB, Brasil. Especialização em Novas Tecnologias na Educação. Universidade Estadual da Paraíba, UEPB, Brasil. Mestrado em Ambiente, tecnologia e sociedade (Conceito CAPES 3). Universidade Federal Rural do Semi-Árido, UFRSA, Brasil. Professor Assistente III do Curso de Administração da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Professor Assistente II da Unidade Acadêmica de Ciências Contábeis (UACC) da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG).

**ALEXSANDRO TOALDO** Especialização em Finanças pela Wharton Business School - University of Pennsylvania - EUA (2014). É Mestre em Ciências Contábeis e Atuariais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2008). Possui MBA em Finanças Corporativas pela Fundação Getúlio Vargas (2002) e Graduado em Ciências Contábeis pela Associação Tibiriçá de Educação (2000). Executivo Financeiro de

multinacional. Tem mais de 25 anos de experiência nas áreas de Contabilidade Societária, Análise dos Demonstrativos Financeiros, Contabilidade Gerencial e Internacional (US-GAAP e IFRS).

**ALFREDO DIB ABDUL NOUR** Professor da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, Brasil; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática da Universidade Estadual de Santa Cruz; Graduação em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Mestrado em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Doutorado em Educação pela Universidade Complutense de Madrid, Espanha; Doutorado em Economia pela Universidade do Porto, Portugal; Pós Doutorado em Educação Matemática pela Universidade Estadual de Santa Cruz, com bolsa PNPd CAPES; Grupo de pesquisa CNPQ: Empreendedorismo, Gestão, Inovação e Competitividade e Gerenciamento Sustentável; E-mail para contato: [alfredodib@yahoo.es](mailto:alfredodib@yahoo.es).

**AMANDA MORAIS DA SILVA** Graduanda em Administração pela Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns (FAGA) e pesquisadora do Laboratório de Pesquisa ADM em FLOW - [mandismorais@hotmail.com](mailto:mandismorais@hotmail.com)

**ANA CLARA CAVALCANTI DE MIRANDA** Graduanda de Administração pela Universidade Federal Rural de Pernambuco  
E-mail: [clara.acmiranda@gmail.com](mailto:clara.acmiranda@gmail.com)

**ANA LAÍS CARVALHO DE SOUSA** Graduada em Administração pela Universidade Estadual Vale do Acaraú, Sobral – Ceará. E-mail: [laisc.sousa@hotmail.com](mailto:laisc.sousa@hotmail.com)

**ANDRÉ LUIZ SOARES** Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Guarapuava; Graduação em Engenharia de Produção em Controle e Automação pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Ponta Grossa; Mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Ponta Grossa; Grupo de pesquisa: EPP - Ergonomia em Processos Produtivos - Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Ponta Grossa. E-mail para contato: [andresoares@utfpr.edu.br](mailto:andresoares@utfpr.edu.br)

**ANNE ISABELLY PEREIRA DAS NEVES** Professora da Universidade Paulista – UNIP. Professora da Pós Graduação FIP – Polo Campina Grande. Graduação pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Especialista em Auditoria Fiscal e Contábil pela Faculdade de Ciências Sociais –FACISA; Mestrado em Contabilidade e Controladoria pela Universidade de San Carlos. E-mail: [anneisabelly@gmail.com](mailto:anneisabelly@gmail.com)

**ANTONIA KARINA BARROSO GOUVEIA CUNHA** Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará - UFC (2011); Mestrado em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior pela Universidade Federal do Ceará - UFC (2017); E-mail para contato: [karinagouveia21@hotmail.com](mailto:karinagouveia21@hotmail.com)

**ANTÔNIO CÉLIO LOPES BEZERRA FILHO** Graduado em Administração pela



Universidade Estadual Vale do Acaraú, Sobral – Ceará. E-mail: [celiofilho21@hotmail.com](mailto:celiofilho21@hotmail.com)

**ANTONIO MOREIRA FRANCO JUNIOR** Mestre em Ciências Contábeis e Atuariais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP, Especialista em Formação e Docência no Ensino Superior pela Faculdade Integrada Metropolitana de Campinas – Metrocamp, MBA em Gestão Financeira e Controladoria pela Fundação Getúlio Vargas – FGV e graduado em Ciências Contábeis pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC Campinas. Como docente, lecionou nos cursos técnicos em Contabilidade e Gestão Empresarial do SENAC e no curso de pós-graduação em Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. Atualmente é professor dos cursos de graduação em administração, ciências contábeis e tecnólogo em gestão financeira da Faculdade Metrocamp – Devry Brasil. Possui experiência na área de Contabilidade e Controladoria.

**ANTÔNIO OSCAR SANTOS GÓES** Professor Adjunto da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, Brasil. Graduação em Administração pela Universidade Estadual de Santa Cruz (1991); Especialista em Gerenciamento de Micro e Pequenas Empresas pela Universidade Federal de Lavras – UFLA/MG (1999); Mestrado em Administração pela Universidade Federal da Bahia (2003); Doutorado em Sociologia Econômica e das Organizações, pela a Universidade Técnica de Lisboa (2012); Grupo de pesquisa CNPQ: Empreendedorismo, Gestão, Inovação e Competitividade e Gerenciamento Sustentável; Líder do grupo de pesquisa da UESC. E membro do Centro de Investigação SOCIUS – União Europeia. E-mail para contato: [oscargoes11@hootmail.com](mailto:oscargoes11@hootmail.com).

**CAMILA CHAVES FASÃO** Graduação pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. E-mail: [camila.chaves.frasao@gmail.com](mailto:camila.chaves.frasao@gmail.com)

**CLEITON WINICIUS WIONCZEK TERRA** Graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria; E-mail para contato: [terrinha91@gmail.com](mailto:terrinha91@gmail.com)

**DANIELA NUNES DOS SANTOS FERREIRA** Graduação em Engenharia de Produção pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. Estagiária de Produção pegeneciLAM AGRÍCOLA, pertencente ao grupo OLAM COCOA. Além disso, trabalhou como Gerente e posteriormente como Diretora de Marketing na LIFE Jr. - Laboratório de Inovações. Atuou também como Membro do Centro Acadêmico de Engenharia de Produção desempenhando a função de Diretora Administrativa. Além disso, trabalhou como Gestora de Desenvolvimento no Núcleo Baiano de Estudantes de Engenharia de Produção (NUBEEP). Possui pesquisas na área de Inovação em Cerveja Artesanal; Logística Humanitária; Produção Mais Limpa; Empreendedorismo e Gestão Estratégica. E-mail: [nunese10@gmail.com](mailto:nunese10@gmail.com)

**DAYSAN FRITZGIRARD KAMIKASE LEAL MEDEIROS** Professor da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB; Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade

Federal de Campina Grande – UFCG; Especialista em Gestão Pública pelo Instituto Federal da Paraíba – IFPB; Mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. E-Mail: daysanmedeiros@gmail.com

**DEISE DE OLIVEIRA ALVES** Graduação em Administração pela Universidade de Santa Maria; Mestranda em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Grupo de pesquisa: Gestão em Organizações de Agronegócios; Bolsista em Pesquisa pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior; E-mail para contato: deiseoliveiraalves@hotmail.com

**DEOSIR FLÁVIO LOBO DE CASTRO JÚNIOR** Professor Adjunto do Instituto Federal de Santa Catarina- IFSC; Graduação: Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina-UFSC; Mestrado: Administração pela Universidade Estadual de Santa Catarina - UDESC/ESAG; Doutorado: Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí -UNIVALI; Grupo de pesquisa: Formulação de Estratégias – FORMES; Grupo de Pesquisa em Gestão do Turismo – GPGTUR.

**DYNASANDY GOMES DO NASCIMENTO** Graduanda em Administração pela Universidade Estadual Vale do Acaraú, Sobral – Ceará. E-mail: [dynasandy@hotmail.com](mailto:dynasandy@hotmail.com)

**EDUARDO DE PAULA E SILVA CHAVES** Graduação, Mestrado e Doutorado pela FEARP/USP; Professor EBTT no IFSP – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo Jacareí – São Paulo. [eduardochaves@ifsp.edu.br](mailto:eduardochaves@ifsp.edu.br)

**ELIANE RODRIGUES DO CARMO** Possui mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (2017), licenciatura em administração (2011), pós-graduação em docência do ensino superior (2003) e consultoria empresarial (2000), graduação em Administração pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (1996). Foi coordenadora de curso em técnico de administração (2009-2010) do Centro Estadual de Educação Profissional Pedro Boaretto Neto. Atuando principalmente nos seguintes temas: organizações, ensino, recursos humanos, estratégia e comportamento humano. Formação em justiça restaurativa, tutoria ead. (Texto informado pelo autor)

**ELVIS SILVEIRA-MARTINS** Professor da Universidade Federal de Pelotas - UFPel; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais e do Mestrado Profissional em Administração Pública da Universidade Federal de Pelotas - UFPel; Graduação em Administração pela Universidade de Passo Fundo - UPF; Mestrado em Administração pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI; Doutorado em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI; Grupo de pesquisa: Formulação de Estratégias - FORMES

**EXPEDITO DOS SANTOS SANTANA** Professor do Centro De Ensino Superior de Ilhéus, Ilhéus, Bahia, Brasil. Graduação em Administração pela Pontifícia Estadual de Santa Cruz (2003); Analista Universitário na área de RH da Universidade Estadual de Santa Cruz

**FABIANO PALHARES GALÃO** Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Campus Apucarana; Graduação em Administração pela Universidade Estadual de Londrina (UEL); Mestrado em Administração pela Universidade Estadual de Londrina (PPGA - UEL); Doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo (FEA-USP)

**FELIPE HENRIQUE MACHADO DA SILVA** Graduação em Ciências Contábeis - Universidade federal de Campina Grande. Atendente PJ na Cooperativa de Livre Admissão do Auto Pajeú, Agreste e Recife - SICOOB. Período: 2016. Atual.

**FERNANDO JOSÉ MACHADO BARBOSA DE MELO** Professor da FACIG - Faculdade de Igarassu; Membro do Grupo de pesquisa MSC - Marketing, Serviço e Consumo; - Mestrado profissional em Gestão Empresarial, Faculdade Boa Viagem, FBV, Brasil. - Especialização em Economia do Trabalho, UNICAMP; Especialização em Gestão de Negócios, FIA-USP; MBA em Logística, UFPE; Graduação em Filosofia pela Universidade Católica de Pernambuco; E-mail para contato: [fermelo@petrobras.com.br](mailto:fermelo@petrobras.com.br)

**FIAMA CECÍLIA SILVINO SAMPAIO** Graduada em Administração pela Universidade Estadual Vale do Acaraú, Sobral - Ceará. E-mail: [fycsavinon@hotmail.com](mailto:fycsavinon@hotmail.com)

**FRANCIELE BONATTO** Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Câmpus Guarapuava; Graduação em Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Câmpus Medianeira; Mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Câmpus Ponta Grossa; Grupo de pesquisa: Engenharia Organizacional e Redes de Empresas (UTFPR); E-mail para contato: [fbonatto@utfpr.edu.br](mailto:fbonatto@utfpr.edu.br)

**FRANCISCO JEAN CARLOS DE SOUZA SAMPAIO** Graduação em Ciências Contábeis - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Especialização em Auditoria Contábil - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Mestrado em Ciências Contábeis - Universidade Federal de Pernambuco. Professor Adjunto III e Orientador Acadêmico do Curso de Administração - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Período: 2004 - Atual. Professor Assistente II do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande. Período: 2012 - Atual. Professor da Especialização em Gestão Pública - Parceria entre Escola de Governo Cardeal Dom Eugênio de Araújo Sales e a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN. Período: 2016 - Atual.

**GARDENIA STAELL ANDRADE** Professor do Instituto Ensinar Brasil/DoctumJM; -

Graduação em Letras pela Faculdade de Educação de João Monlevade – FUNCEC; -  
Mestrado em Engenharia de Produção/Mídia e Conhecimento, pela Universidade  
Federal de Santa Catarina - UFSC; E-mail para contato: [gardeniaprof@gmail.com](mailto:gardeniaprof@gmail.com)

**GENECI DA SILVA RIBEIRO ROCHA** Graduação em Administração pela Universidade  
Federal de Santa Maria; E-mail para contato: [geneci.6813.srr@gmail.com](mailto:geneci.6813.srr@gmail.com)

**GUILHERME HENRIQUE SANTOS** Graduando em Administração pela Faculdade de  
Ciências da Administração de Garanhuns (FAGA) e pesquisadora do Laboratório de  
Pesquisa ADM em FLOW - [guio95@gmail.com](mailto:guio95@gmail.com)

**GUSTAVO DE LIRA SANTOS** Mestre em Letras pela UFPB, Especialista em Gestão  
Pública Municipal pela UFRPE, Especialista em Lazer pela UFMG, Bacharel em  
Turismo pela UNICAP e Graduando em Administração. Professor da AESGA. Professor  
convidado da pós graduação da AEB. Consultor do SENAC e SEBRAE. Pesquisador e  
Coordenador do Laboratório de Pesquisa ADM em FLOW. [gugapessoas@gmail.com](mailto:gugapessoas@gmail.com)

**HAROLDO LACERDA DE BRITO** Professor do Instituto Federal de Minas Gerais  
Campus Ouro Branco; Graduação em Administração pelo Instituto de Ensino Superior  
de João Monlevade; Mestrado em Administração pela Fundação Pedro Leopoldo; E-  
mail para contato: [haroldo.brito@ifmg.edu.br](mailto:haroldo.brito@ifmg.edu.br)

**HUGO LEONARDO MENEZES DE CARVALHO** Doutorando em Ciências Contábeis;  
Mestre em Administração; Especialização em Finanças e Orçamento Público; Possui  
graduação em Ciências Econômicas e em Ciências Contábeis. Atualmente é auditor  
federal de controle externo do Tribunal de Contas da União (TCU) e professor em  
cursos superiores e pós graduação nas áreas de contabilidade e administração. Tem  
experiência em docência e na área de Administração Pública.

**HUMBERTO CAETANO CARDOSO DA SILVA** Professor da Faculdade Mauricio de  
Nassau (Uninassau), Faculdade Santo Agostinho de Teresina (FSA); Membro do  
Grupo de pesquisa MSC - Marketing, Serviço e Consumo; Doutorado em andamento  
em Administração, pela Universidade Federal de Pernambuco, UFPE, Brasil;  
Mestrado profissional em Gestão Empresarial, Faculdade Boa Viagem, FBV, Brasil.  
Especialização em Computação, Ênfase em Banco de Dados, Faculdades Integradas  
Barros Melo. Graduação em Engenharia Civil pela Universidade Federal de  
Pernambuco; E-mail para contato: [humberto@alliance3.com.br](mailto:humberto@alliance3.com.br)

**ISABELLA GIL BARBOSA DA SILVA** Graduação em Administração no IFSP – Instituto  
Federal de São Paulo; Jacareí – São Paulo; [isabellagil.b@hotmail.com](mailto:isabellagil.b@hotmail.com)

**JÉSSICA MARTINS GAMA** Graduanda em Administração pela Faculdade de Ciências  
da Administração de Garanhuns (FAGA) e pesquisadora do Laboratório de Pesquisa  
ADM em FLOW - [jessycamartins93@gmail.com](mailto:jessycamartins93@gmail.com)

**JOÃO DALLAMUTA** Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná -

Câmpus Guarapuava; Graduação em Engenharia Elétrica pela Universidade Federal do Paraná; Mestrado em Engenharia Elétrica pela Universidade Estadual de Londrina – UEL; E-mail para contato: [joaol@utfpr.edu.br](mailto:joaol@utfpr.edu.br)

**JORDANA TORRES COSTA** Graduação em Administração pela Universidade Estadual do Ceará - UECE (2009); Especialização em Gestão Pública pela Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (2014); Mestranda em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior pela Universidade Federal do Ceará - UFC (atual); Professora Formadora da disciplina de LEGISLAÇÃO ESCOLAR, no curso Técnico de Secretaria Escolar - Programa: PROFUNCIÓNÁRIO, pelo Instituto Federal do Ceará – IFCE; E-mail para contato: [jordanatc@hotmail.com](mailto:jordanatc@hotmail.com)

**JOSÉ EDUARDO DE MELO BARROS** Professor do Centro Universitário Joaquim Nabuco; Graduação em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco; Mestrado em Administração e Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco. E-mail: [jeduardobarros@hotmail.com](mailto:jeduardobarros@hotmail.com)

**KALINY KÉLVIA PESSOA SIQUEIRA LIMA** Pró-Reitora de Planejamento da Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA; Coordenadora do Curso de Pós-graduação *latu sensu* em Gestão de Pessoas; Mestrado em Economia Rural pela Universidade Federal do Ceará – UFC; Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal do Ceará – UFC; E-mail: [kkhelade@hotmail.com](mailto:kkhelade@hotmail.com)

**KAREN DE LUCENA CAVALCANTI** Graduação em Administração pela Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB; MBA em Gestão financeira e controladoria pelo Instituto de Educação Superior da Paraíba - IESP; Mestranda em Gestão de Organizações Aprendentes pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB

**KILMER COELHO CAMPOS** Professor Adjunto IV do Departamento de Economia Agrícola da Universidade Federal do Ceará – UFC; Mestrado em Economia Rural pela Universidade Federal do Ceará – UFC; Doutor em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa – UFV

**LÉIA LUANDA DA SILVA** Técnica em Administração no IFSP – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo Jacareí – São Paulo. [leialuanda@gmail.com](mailto:leialuanda@gmail.com)

**LESLIE DE OLIVEIRA BOCCHINO** Possui graduação em Direito pela Faculdade de Direito de Curitiba (1989), Mestrado em Produção do Conhecimento e Mídia pela Universidade Federal de Santa Catarina (2000). Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (2012). Atualmente é procurador federal - Procuradoria Geral Federal, Chefe da Procuradoria Jurídica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR. [leslie@utfpr.edu.br](mailto:leslie@utfpr.edu.br)

**LUANA VITÓRIA CARVALHO PEREIRA** Discente do curso de Administração;

Departamento de Administração e Ciências Contábeis – DCAC/UESC Ilhéus – Bahia. Foi bolsista do Projeto de Ensino “Os desafios do ensino-aprendizagem: a sala de aula como laboratório de inovações no processo de formação do gestor em uma IES”.

**LUCIVONE MARIA PERES DE CASTELO BRANCO** Diretora do Curso de Administração do Centro Universitário de Goiatuba – UNICERRADO; Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas de Goiatuba – FAFICH; Especialista em Gestão Empresarial e Negócios; Mestrado em Gestão de Empresas pela Universidade Autônoma de Assunção; Mestre em Sociedade, Tecnologia e Meio Ambiente pelo Centro Universitário de Anápolis. E-Mail: lucivonecb@yahoo.com.br

**MARCELO AUGUSTO MENEZES DELUCA** Professor convidado, Lato Sensu em diversas IES; Graduação em Administração pela Universidade – UFSC; Mestrado em Administração pela Universidade - UFSC; Doutorado em Administração pela UNIVALI; Grupo de pesquisa: Gesicon - UNIVALI.

**MÁRCIA SANTOS CURSINO** Contadora (PUC Campinas). Especialista em Contabilidade, finanças e Auditoria (PUC Campinas) Mestre em Contabilidade e Finanças (PUC/SP), coordenadora dos Cursos de Ciências Contábeis e Gestão Financeira do Grupo Devry Metrocamp. Professora Universitária, Consultora em materiais didáticos e educacionais universitários.

**MÁRCIO NAKAYAMA MIURA** Professor da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE; Membro do corpo docente permanente do PPGADM - Programa de Mestrado Profissional em Administração da Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Graduação em Administração pela Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana, FECEA; Mestrado: Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC; Doutorado: Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI; Grupo de pesquisa: Formulação de Estratégias – FORMES; Grupo de Pesquisa em Estratégia e Competitividade - GPEC

**MARCUS AUGUSTO VASCONCELOS ARAÚJO** Professor da Universidade de Pernambuco e Faculdade Boa Viagem; Doutorado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco; Mestrado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco; Graduação em Engenharia Elétrica Eletrônica pela Universidade de Pernambuco; Coordenador do Grupo de pesquisa MSC - Marketing, Serviço e Consumo. E-mail para contato: [marcusaugusto77@hotmail.com](mailto:marcusaugusto77@hotmail.com)

**MARCUS REI** Técnico em Administração no IFSP – Instituto Federal de São Paulo; Jacareí – São Paulo; [marcusreisfx@gmail.com](mailto:marcusreisfx@gmail.com)

**MAURÍCIO FERNANDES PEREIRA** Professor Adjunto da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq - PQ 2, Nível 2; Membro do corpo docente permanente do PPGA - Mestrado e Doutorado em

Administração e do Mestrado Profissional em Administração Universitária - Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; Graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC; Mestrado: Engenharia da Produção pela UFSC; Doutorado: Engenharia da Produção pela UFSC; Pós-Doutorado em Administração pela USP / FEA (2009); Pós-Doutorado em Sociologia Econômica e das Organizações pela Universidade Técnica de Lisboa (2010). Grupos de pesquisa: Planejamento Estratégico e Empreendedorismo – USP; Liderança e Gestão Estratégica – UFSC.

**MAXWEEL VERAS RODRIGUES** Graduação em Administração pela Universidade Estadual do Ceará - UECE (1987); Mestrado em Administração pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB (1993); Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2005); Professor Associado 2 do Departamento de Engenharia de Produção (DEPRO) do Centro de Tecnologia da Universidade Federal do Ceará – UFC; Professor e atual Coordenador (gestão 2015 - 2017) do Mestrado Profissional em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior - POLEDUC da Universidade Federal do Ceará – UFC; E-mail para contato: [maxweelveras@gmail.com](mailto:maxweelveras@gmail.com)

**MAYESK ALVES ROCHA** Graduação em Engenharia de Produção pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. Estagiou na empresa no ramo alimentício: NUTRILIFE, no período de 2014-2015. Participou como bolsista do projeto de iniciação científica: As inovações na fabricação de cervejas tradicionais (PILSEN e MALZBIER) na Bahia: An organizational guerrilla strategy, no período de 2015-2016. Atualmente participa como bolsista no projeto de iniciação científica: A inovação e a preservação ambiental na fabricação de cervejas tradicionais no estado da Bahia e voluntario no projeto de extensão: Caminhão com ciências. E-mail: [mayeskalvess@gmail.com](mailto:mayeskalvess@gmail.com)

**PALOMA DE MATTOS FAGUNDES** Professora da Universidade Federal de Santa Maria; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade Federal de Santa Maria; Graduação em Administração pela Universidade Potiguar; Mestrado em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Doutorado em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; E-mail para contato: [palomattos@hotmail.com](mailto:palomattos@hotmail.com)

**PATRÍCIA CARNEIRO LINS NOVAES** Mestrado profissional em andamento em Gestão Empresarial, Faculdade Boa Viagem, FBV; Especialização em andamento em Gestão Empresarial, Faculdade Boa Viagem, FBV; Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Católica de Pernambuco; Membro do Grupo de pesquisa MSC - Marketing, Serviço e Consumo. E-mail para contato: [pnovaes\\_2@hotmail.com](mailto:pnovaes_2@hotmail.com)

**PAULA RAMOS DE ALMEIDA** Graduada em Administração com Ênfase em Empreendedorismo pela Autarquia do Ensino Superior de Garanhuns - AESGA; Pós-

Graduada em Gestão de Negócios e Pessoas pela Autarquia do Ensino Superior de Garanhuns - AESGA; E-mail para contato: paularamosadm@gmail.com

**PEDRO CLÁUDIO DA SILVA** Mestre em Ciências Contábeis (FECAP/SP) com MBA em Gestão Pública (EBAPE/FGV) e graduação em Ciências Econômicas (PUCAMP). Funcionário da Sociedade de Abastecimento de Água e Saneamento S/A (SANASA/Campinas) desde 1998, exercendo atualmente o cargo de Diretor Financeiro e de Relações com Investidores e Conselheiro de Administração (certificado pelo IBGC). Como Professor, atuou em instituições de ensino técnico (Colégio Evolução e SENAC), de graduação (Fleming e Metrocamp) e de pós-graduação (IPEP, FGV, Anhanguera e FAESB), tendo lecionado disciplinas relacionadas à contabilidade gerencial, contabilidade intermediária, controladoria, perícia contábil, análise macroeconômica, contábil e financeira, finanças corporativas, finanças públicas, mercado financeiro, gestão de custos e análise das demonstrações financeiras. Atualmente é professor da Faculdade Devry Metrocamp – Adtalem Educacional do Brasil, dos cursos de graduação em administração, contabilidade e tecnólogo em gestão financeira.

**PIERRE LUCENA RABONI** Professor da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco; Graduação em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco; Mestrado em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco; Doutorado em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC - Rio

**RAFAEL GOMES CAVALCANTI** Graduação em Administração pela Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB;

**REGIS RIBEIRO JUVENAL** Graduado em Administração pelo Centro Universitário de Goiatuba – UNICERRADO. E-Mail: [regis.juvenal@onefoods.com](mailto:regis.juvenal@onefoods.com)

**SANDRA DE SOUZA PAIVA HOLANDA** Graduação em Ciências Contábeis – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Especialização em Auditoria Contábil – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Mestrado em Administração e Controladoria – Universidade Federal do Ceará. Professora Assistente IV e atualmente Coordenadora do Curso de Administração – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Período: 2007 – Atual. Professora da Especialização em Gestão Pública – Escola de Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Período: 2016 – Atual.

**SIDNÉIA MAIA DE OLIVEIRA REGO** 2013 - Mestrado Profissional em Gestão de Organizações Aprendentes. Universidade Federal da Paraíba, UFPB, João Pessoa, Brasil. 2012 - Especialização em Gestão Pública Municipal PNAP/CAPES/UAB. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRN, Natal, Brasil. 2008 - Especialização em Desenvolvimento Regional e Planejamento Territorial.



Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, UERN, Pau dos Ferros, Brasil. 2001 - Graduação em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRN, Natal, Brasil. 2016 – atual - Coordenadora do Curso de Especialização em Gestão Pública, parceria entre Escola de Governo Cardeal Dom Eugênio de Araújo Sales e a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, UERN, Pau dos Ferros, Brasil. 2006 – atual - Professora Assistente IV no Curso de Administração, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, UERN, Pau dos Ferros, Brasil.

**SUELLEN FERREIRA CAMPOS FABRES** Professora da Universidade Federal de Campina Grande - UFCG; Graduação em Administração pela Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB; Mestrado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

**SYLVIA BITENCOURT VALLE MARQUES** Possui Mestrado em Planejamento e Governança Pública pela UTFPR, graduação em Direito pela Faculdade de Direito de Curitiba (1992) e especialização em Direito Tributário (IBEJ). Até julho de 2017 foi consultor jurídico da Fundação de Apoio à Educ., Pesq. e Desenvolvimento Científico e Tecnológico da UTFPR e é assistente em administração da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, com experiência na área de Direito, com ênfase em Direito Administrativo. [sylvia@utfpr.edu.br](mailto:sylvia@utfpr.edu.br)

**TAIS MINE** Graduação em Administração no IFSP – Instituto Federal de São Paulo Jacaré – São Paulo. [tais.mine@bol.com.br](mailto:tais.mine@bol.com.br)

**TATIANE TONELLO** Graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria; E-mail para contato: [tonello\\_tati@hotmail.com](mailto:tonello_tati@hotmail.com)

**TATIANNY KEILE MUNIZ DIAS** Graduanda em Administração pela Universidade Estadual Vale do Acaraú, Sobral – Ceará. E-mail: [tatty\\_dias13@hotmail.com](mailto:tatty_dias13@hotmail.com)

**THAIS FURTADO MENDES** Professora do Curso de Administração do Centro Universitário de Goiatuba – UNICERRADO; Graduada em Gestão do Agronegócio pela Universidade Federal de Viçosa; Mestre em Administração, Economia e Políticas Florestais pela Universidade Federal De Viçosa; E-Mail: [thaisfmendes@yahoo.com.br](mailto:thaisfmendes@yahoo.com.br)

**TULIO RODRIGUES VALENÇA** Graduando em Administração pela Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns (FAGA) e pesquisadora do Laboratório de Pesquisa ADM em FLOW - [tuliorva@gmail.com](mailto:tuliorva@gmail.com)

**VANESSA ISHIKAWA RASOTO** Possui graduação em Administração pela Faculdade Católica de Administração e Economia (1993), mestrado em Administração pela Universidade Federal do Paraná (1999) e doutorado em Engenharia da produção - Gestão de Negócios pela Universidade Federal de Santa Catarina (2006). Atualmente é Vice-Reitora da UTFPR, professora permanente do mestrado do Programa de Pós-graduação em Planejamento e Governança Pública (mestrado profissional -

disciplina: habitats de inovação), professora Titular da UTFPR. Tem experiência na área de Educação, Gestão de Habitats de Inovação Tecnológica, projetos de pesquisa e extensão, atuando principalmente nos seguintes temas: Finanças, Viabilidade de projetos, Empreendedorismo e Inovação. [vrasoto@hotmail.com](mailto:vrasoto@hotmail.com)

**VANESSA MATIAS FERREIRA** Graduanda em Administração pela Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns (FAGA) e pesquisadora do Laboratório de Pesquisa ADM em FLOW - [vanessinha9131@hotmail.com](mailto:vanessinha9131@hotmail.com)

**VICTOR MONFORT PEREIRA CÂMARA** Graduando em Administração pela Universidade Federal Rural de Pernambuco; Aluno pesquisador no projeto BIA-FACEPE. E-mail: [victormonfort@yahoo.com.br](mailto:victormonfort@yahoo.com.br)

**VIRGINIA SPINASSÉ DE MELO** Professora da Autarquia do Ensino Superior de Garanhuns - AESGA; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação (Especialização) em Gestão de Negócios e Pessoas da Autarquia do Ensino Superior de Garanhuns - AESGA; Graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE; Graduação em Administração pela Universidade Luterana do Brasil - ULBRA. Mestrado em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável pela Universidade de Pernambuco - UPE (cursando); Grupo de pesquisa: Projeto Luz, Câmara, Som e Administração - AESGA; E-mail para contato: [vspinasse@hotmail.com](mailto:vspinasse@hotmail.com)

**VIVIANE CAU AMARAL** Professor da Faculdade Mauricio de Nassau (Uninassau) e Faculdade dos Guararapes - UniFG; Membro do Grupo de pesquisa MSC - Marketing, Serviço e Consumo; Mestrado profissional em Gestão Empresarial, Faculdade Boa Viagem, FBV, Brasil. Especialização em Gestão de Projetos - Faculdade dos Guararapes - UniFG; Especialização em Controladoria e Finanças - Faculdade dos Guararapes - UniFG; Graduação em Bacharel em Administração pela Faculdade dos Guararapes - UniFG; E-mail para contato: [Profamaral.gp@gmail.com](mailto:Profamaral.gp@gmail.com)

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-93243-45-5



9 788593 243455